

锚定“身心协同”，供需两端激活大健康产业动能

阅读提示

本文立足居民健康需求升级趋势,针对当前大健康产业普遍存在的服务碎片化、供需适配性不足等痛点,以身心协同为核心切入点,从产业价值迭代、服务体系重构、发展瓶颈剖析、标准化模型构建、合规治理、生态延伸、场景创新等维度,系统探索传统健康资源现代化转化路径,助力大健康产业规范化、品质化、生态化高质量发展。

刘远东

伴随居民健康认知升级与健康需求迭代,大众健康理念逐步从被动健康干预转向主动健康养护、全周期健康管理,身心一体化健康需求成为主流趋势,推动国内大健康产业发展形态持续优化,产业模式由传统单一产品供给,逐步迈向多要素融合、全流程闭环式综合服务体系。以身心协同为核心的情志调护、膳食调养、科学运动、文化滋养、传统康养等生活化健康资源,兼顾生理养护与心理调适,贴合现

升级需求结构,迭代产业价值逻辑

健康是民生福祉的重要基石,也是助推消费升级、产业转型升级的重要赛道。新时期,社会大众的健康认知与消费理念发生根本性变革。以往,健康服务供给多侧重于健康问题发生后的干预与补救,产品供给、服务模式、消费场景相对单一,以阶段性、碎片化服务为主。现阶段,人口结构调整、生活方式转变、身心压力累积等多重因素叠加,大众对睡眠质量、身心状态、体能素养、生活品质的关注度持续提升,健康需求实现从“事后补救”向“事前养护、全程管理”深度转变。

居民健康需求的全面升级,推动大健康产业价值逻辑、竞争格局与产业边界发生三重变革。

其一,价值创造模式迭代,从单次产品销售转向长效服务运营。消费者不再满足于单一产品购买、单次体验服务,更需要个性化、持续性的健康生活指导,通过长期、科学的生活方式

破除碎片化供给,新建身心协同体系

身心一体化是现代健康发展的核心理念,情志调护、膳食营养、体能运动、文化滋养、传统康养等服务维度,分别对应大众心理状态、身体素养、生活习惯、精神需求等多元健康诉求,只有多维度协同发力方可实现全方位健康管理。当前市场中,部分健康服务机构存在业态堆叠、概念拼接问题,将各类健康服务简单整合为项目清单,缺乏系统化的服务目标、场景化的方案设计与全流程的过程管控。碎片化的服务供给模式,难以形成长效服务价值,无法适配新时期大众综合性、持续性的健康需求。

身心协同型健康服务体系的核心要义,并非各类服务项目的叠加堆砌,而是结合不同人群、不同场景的差异化需求,对各类健康管护要素进行科学整合、有序搭配、精准适配,构建系统化服务模式,并遵循三大发展原则。

一是立足整体管护,严守服务边界。个人身心状态、生活习惯与社会环境之间相互关联,彼此影响。健康服务需摒弃单点式、片面化的服务思维,构建全方位、整体性的管护思维。同时,整体性发展不代表服务泛化、全能化,生活化健康服务需严格区分日常健康管理与专业健康干预边界,聚焦健康科普、生活方式优化、一般性身心调适等服务内容。针对

厘清发展短板,发力传统资源转化

我国传统健康文化底蕴深厚、群众认可度高,具备产业化、规模化发展的天然优势。但从文化资源、传统经验到现代化产业体系的转化过程中,仍有诸多短板和痛点制约产业高质量发展。

一是概念界定模糊,行业认知混乱。当前市场中,日常健康管理、身心养护、健康康复、心理疏导等相关概念混用现象普遍,部分市场主体过度放大服务功效,使用超出生活化健康服务范畴的宣传表述,误导大众认知,扰乱行业发展秩序。

二是产品体系零散,服务链路缺失。多数健康服务机构拥有基础课程与服务产品,但未构建完整的用户服务链路,缺乏标准化的服务流程与迭代机制。用户服务体验碎片化、无延续性,同时企业内部业务管理繁琐、资源配置低效,难以形成规模化、标准化的服务能力。

三是服务标准缺失,行业规范不足。传统健康服务多依托师承经验、个人实践,主观性、个性化较强。而现代健康服

创新发展范式,构建身心一体化模型

破解传统健康资源转化难题、推动产业转型升级,核心是搭建系统化、可落地、可复制的现代化服务体系。结合行业发展趋势与市场需求,可构建“一核、四层、五模块”的身心协同健康服务模型,为产业规范化发展提供范式支撑。

所谓“一核”,即以主动健康养护、居民生活品质提升为核心发展导向。所有服务产品的研发、流程的设计与模式的创新,均围绕引导大众养成健康生活方式、提升身心调适能力、优化生活状态展开,聚焦长期健康价值培育。

所谓“四层”,即构建需求识别、方案设计、服务实施、反馈迭代四大层级,形成闭环运转的服务链路。需求识别层主要采集用户作息、膳食、运动、身心状态等基础信息,开展基础风险筛查,精准定位用户核心需求;方案设计层结合用户个性化特征,制定差异化的服务内容、服务频次与注意事项;服务实施层依托专业人士,按照标准化流程落地各项健康服务;反馈迭代层持续追踪用户服务参与度、满意度与生活习惯改善情况,为

夯实服务底座,筑牢产业合规标准

大健康产业具备高专业度、高信任度、高风险防控的行业属性,产业特色化、个性化发展的前提,是标准化、合规化

代大众全方位健康诉求,具备群众基础深厚、贴合日常场景、文化特色鲜明等优势,是大健康产业提质扩容、转型升级的重要支撑。当前,各类传统健康资源产业化落地过程中,仍存在概念界定模糊、服务规范缺失、专业人才适配度不足、服务体系碎片化、身心融合度不足等突出问题。推动传统健康资源有序融入现代健康服务业体系,核心是厘清生活化健康服务的发展边界,构建“需求识别—方案设计—服务交付—过程溯源—效果迭代—风险分流”的全链条服务闭环,持续激活大健康产业发展新动能。

管护,实现身心状态稳步提升,积累长期健康价值。

其二,产业竞争维度升级,从比拼服务数量转向服务质量与公信力。服务边界清晰化、服务流程规范化、风险防控体系完善化,成为企业立足市场、构筑品牌核心竞争力之关键。

其三,产业应用场景扩容,服务边界从专业健康机构,全面延伸至家庭、社区、企业、养老、文旅、数字生活等多元场景。大量日常健康管理需求无需专业化干预,更依赖轻量化、可持续的健康科普与生活方式指导服务,为产业场景化发展提供广阔空间。

基于需求变革,传统健康资源的产业化发展,绝非传统经验的简单复刻与文化概念的粗放营销,而是将优质传统健康理念、养护方法、生活体验,转化为标准化、可落地、可溯源、可优化的现代化健康服务产品。

存在明显身心异常风险的人群,及时做好需求分流与专业对接,坚决规避服务越位、错位问题。

二是适配个性需求,坚持科学规范。不同年龄、职业、体质的人群,健康基础与服务需求存在显著差异。个性化健康服务需依托用户基础信息、生活习惯、风险筛查数据制定精准适配的服务方案,摒弃缺乏科学依据的主观经验判断,杜绝概念化、神秘化的服务营销,保障服务的科学性与适配性。

三是注重长效赋能,规避服务依赖。健康服务的终极目标,是培育大众自主健康管理能力。在服务过程中,需同步开展知识科普、技能培训、习惯引导,帮助用户掌握膳食搭配、科学运动、情绪调适、作息优化等基础方法,推动用户从“依赖外部服务”向“自主健康管理”转变,切实释放健康服务的社会价值。

综上,身心协同发展是健康服务体系的系统性重构,涵盖服务目标、流程标准、人才配置、产品体系、评价机制的全方位升级。推动产业发展需转变经营思维,从“固有产品供给”转向“用户需求导向”,从“概念营销”转向“流程提质、服务增效”,以体系化服务构筑产业核心优势。

务业发展亟需统一的场所规范、人员资质、服务流程、溯源管理、安全保障标准。现有行业规范的落地应用不足,导致行业创新无依据、服务提质无标准。

四是人才结构单一,专业能力不足。综合性身心健康服务属于交叉型服务领域,需要多领域专业人才协同发力。当前行业普遍存在人才知识结构单一、跨领域协作能力不足等问题,易出现服务适配性不足、专业能力不匹配等情况,难以保障高品质、标准化的服务供给。

五是经营理念短期化,行业公信力脆弱。部分市场主体侧重短期流量与效益,依托夸大宣传、功效营销吸引消费,忽视服务质量与用户长期价值。健康产业具备强信任属性,短期营销乱象极易破坏行业口碑,制约产业长效发展。

上述问题表明,传统健康资源产业化不能依赖文化IP与个人经验赋能,必须从企业治理、行业规范层面健全服务边界、质量标准、人才培养、数据管理、消费者权益保护体系,推动产业从粗放式发展向规范化、精细化发展转变。

服务方案优化、产品迭代提供数据支撑。

所谓“五模块”,涵盖情志压力调适、日常膳食营养、体能素养提升、文化艺术滋养、传统康养服务五大核心板块。各模块有机融合、协同赋能。情志压力调适模块以健康科普、情绪认知、正向引导、放松疏导为核心,针对持续身心不适人群,及时做好专业服务分流;日常膳食营养模块秉持均衡、适度、可持续原则,聚焦日常饮食指导,严守宣传边界,杜绝违规营销;体能素养提升模块遵循循序渐进原则,结合用户年龄、体能状况科学设计运动方案,树立科学运动理念;文化艺术滋养模块依托文化体验、审美熏陶、社交互动,打造轻量化、常态化的健康生活场景;传统康养服务模块明确服务适用范围与禁忌规范,严格落实标准化操作,提供专业化、合规化的日常健康养护指导。

五大模块摒弃机械叠加模式,可根据不同人群、不同场景灵活组合、精准适配,形成场景化、个性化、可落地的健康服务产品体系,全面适配多元化市场需求。

的底线保障。产业标准化并非固化服务模式,而是针对安全管控、服务质量、消费者权益保护等关键环节建立统一规范,

实现创新与规范协同发展。

企业可依托“三张清单”构建合规服务体系,厘清经营边界。一是服务正面清单,明确常态化健康科普、生活方式指导、一般性身心调适、文化体验服务、社群陪伴、需求分流等合规服务内容,细化项目标准、人员要求、场所规范与操作流程。二是服务负面清单,严格禁止超出服务边界的经营行为,杜绝无资质开展专业健康干预、违规收集用户敏感信息等乱象。三是风险防控清单,针对服务过程中可能出现的各类风险进行分级分类,建立完善的风险预判、应急处置、纠纷处置机制。

宣传合规是品牌长效发展的关键。企业需建立内容审

延伸产业链路,打造全域协同生态

传统大健康产业多以单一产品销售、单店服务为主,产业链条短、协同性弱。新时期大健康产业的核心竞争力,聚焦于全链条、多维度的生态协同能力。产业发展可从上游资源研发、中游平台运营、下游场景落地三个维度构建完整产业生态。

上游聚焦资源整合与创新研发。系统梳理传统健康文化文献、非遗康养技艺,通过数字化手段完成建档保护与传承,做好知识产权保护。依托传统健康资源,开展课程体系研发、服务标准研究、健康产品创新、数字内容创作,区分文化传承、经验实践与科学研究边界,避免低水平同质化复制,实现传统文化资源的创新性转化。

中游聚焦平台赋能与标准化运营。搭建综合性健康服务平台,整合课程服务、线下体验、线上赋能、人才培养、质量管控、供应链管理、用户运维等功能。平台核心价值是整合各类服务模块,形成标准化、体系化的服务方案,为线下机构、合作主体提供工具支撑、标准支撑、人才支撑与

深化场景创新,激活产业升级新动能

身心协同健康服务具备极强的场景适配性,产业发展需摒弃粗放化、同质化的平台建设模式,立足真实民生需求与应用场景,打造可落地、可复制、可推广的解决方案,以场景创新驱动产业提质扩容。

企业健康场景聚焦职场人群健康赋能,针对久坐办公、身心压力大、作息不规律等职场痛点,打造健康讲堂、工间运动、压力疏导、艺术解压、健康膳食指导等轻量化服务,提升员工健康素养,优化企业人文环境,严控用户信息采集边界,保障服务安全合规。

社区健康场景依托党群服务中心、文化场馆、养老驿站等公共载体,开展节气健康科普、老年体能训练、家庭膳食指导、文化康养、邻里互助等普惠服务,打通健康服务下沉基层的最后一公里,搭建便民、惠民的社区健康服务体系。

老龄健康场景聚焦老年人群健康生活品质提升,转变传统养老照护思维,围绕老年人群体能养护、情绪陪伴、认知提升、文化参与等需求,开发适老化健康课程与体验项目,实现

统筹多元价值,构筑产业长效治理体系

传统健康资源赋能的大健康产业,兼具文化传承、民生服务与商业发展三重属性,三者协同平衡是产业可持续发展的核心关键。产业发展需规避“重公益轻运营”“重营销轻品质”等误区,实现文化价值、服务价值、商业价值的有机统一。

坚守文化价值,传承创新传统文化。尊重传统健康文化的历史底蕴与发展脉络,客观阐释传统康养理念的现代价值,规范开展文化传播与技艺推广,杜绝断章取义、过度解读,以科学视角推动传统文化创造性转化、创新性发展。

坚守服务价值,保持为民服务初心。始终以用户健康需求、权益保障为核心,依托精准需求识别、标准化服务交付、全流程风险管控、持续性服务迭代,为大家提供高品质健康

汇聚多方力量,推动产业可持续发展

身心协同健康服务属于多领域交叉融合的新兴业态,产业规范化、品质化发展,需要政府、行业协会、市场主体、科研机构、社会公众协同发力,共建良性行业生态。

一是细化行业规范,明晰发展边界。进一步细化生活化健康服务、康养科普、文化滋养、身心调适等业态分类,出台清晰的行业发展指引,明确各类服务的适用场景与边界范围,厘清日常健康服务与专业健康服务的区别,规范行业发展秩序。

二是完善标准体系,强化示范引领。围绕服务流程、人员资质、场所安全、数据管理、特殊人群服务等关键领域,健全国标、行标、团标协同的标准体系,选取优质企业、社区、机构开展试点示范,验证标准可行性,推动全行业落地应用。

三是健全信用体系,规范行业秩序。依托行业协会搭建企业信用档案、投诉处置、风险通报、优胜劣汰机制,以合规性、安全性、服务质量、用户权益为核心构建评价体系,杜绝功利化评级乱象,净化行业生态。

四是活化文化资源,推动创新转化。加大传统健康文化、非遗康养技艺的数字化保护与学术研究力度,鼓励传承人、科研机构、企业协同合作,开发标准化课程、数字内容、特色文创产品,实现文化保护与产业发展双向赋能。

五是拓宽公共场景,释放民生价值。通过政府购买服

核、常态化广告审查机制,规避夸大性表述。合理展示用户服务体验,严格保护用户隐私,明确个体体验差异性,杜绝以个案夸大整体服务价值。客观阐释传统文化与健康理念的时代价值,杜绝概念炒作与虚假营销。

同时,全面推进产品合规、数据合规与连锁经营合规。规范健康产品研发、生产、流通、售后全流程管理,明确各方主体责任,建立溯源管控机制;数据管理坚持最小必要原则,规范信息采集、存储、使用、授权流程,严守用户数据安全底线;连锁品牌需输出统一的培训体系、操作标准、内容审核、质量巡检机制,实现全门店标准化管控,推动产业规模化、品牌化合规发展。

供应链支撑,规范行业赋能模式,杜绝虚假资质认证等乱象。

下游聚焦多元场景落地赋能。依托家庭、社区、企业、养老、文旅、乡村六大核心场景,输出适配性健康服务方案。家庭场景主打轻量化、常态化健康生活指导;社区场景主打普惠性健康科普与邻里健康服务;企业场景主打员工身心舒缓、健康生活赋能;养老场景主打适老化健康养护与文化陪伴;文旅场景主打健康文化体验与沉浸式康养服务;乡村场景依托本土生态资源与传统技艺,打造特色健康产业业态。

在生态构建过程中,需明确各类主体责任边界,推动生活化健康服务与专业化健康服务有序衔接、良性互动。同时积极对接保险服务、单位福利、政府采购、养老配套等新兴赛道,以标准化、可量化、可溯源的服务体系,推动健康服务从个人消费向机构合作、规模化采购延伸,拓宽产业发展空间。

康养服务与养老服务有序衔接、互补赋能。

家庭健康场景立足家庭健康共同体建设,通过家庭健康规划、亲子运动、膳食共享、情绪沟通等常态化活动,营造健康的生活氛围,从个体服务赋能转向家庭整体健康管理。

文旅健康场景深度融合传统养生文化、民俗文化、生态资源,打造文化体验、健康科普、休闲康养一体化文旅产品,建设健康文化街区、非遗康养工坊、研学基地,带动区域产业融合发展。

乡村振兴场景依托乡村特色农业、生态资源、传统康养技艺,推动健康农产品、特色康养体验、乡村休闲康养业态发展,完善产业标准体系,培育乡村健康产业新增长点,助力乡村产业升级。

场景创新的核心是推动健康服务常态化、生活化、普惠化,将健康理念、养护方式、文化体验深度嵌入大众日常生活,摆脱传统集中式、消费式的服务模式,夯实产业长效发展的根基。

服务,普及健康知识、培育健康习惯,切实提升民生福祉。

坚守商业价值,构建可持续经营模式。摒弃短期流量营销,粗放盈利模式,依托标准化服务、优质用户体验、良好行业口碑,培育持续服务、长期合作、机构赋能等长效盈利模式,实现企业稳健经营与产业良性发展。

为实现三重价值统一,企业需健全治理架构,设立专项合规与品质管理部门,将标准建设、内容审核、产品提质、数据安全、投诉处置纳入核心经营决策。建立新项目合规评估、小范围试点、动态优化机制,主动排查整改经营风险。同时推动品牌价值迭代,从依赖个人IP、经验口碑,转向依托标准化体系、专业化团队、规范化服务构筑品牌公信力,打造有边界、有标准、有责任、有温度的健康产业品牌。

务、企业福利配套、社区公益服务、养老产业合作等方式,推动优质健康服务下沉公共场景,聚焦大众健康习惯养成、身心状态改善开展服务评价,树立科学的产业考核导向。

六是深化科研赋能,夯实产业根基。推动跨学科研究,系统分析各类健康服务模式的作用机制、用户价值、实施路径与风险管控支持,客观总结传统健康资源的现代应用价值,以科学证据支撑产业创新升级。

七是普及健康认知,引导理性消费。多方联动开展健康科普宣传,引导大众正确认知健康服务边界,区分日常健康养护与专业健康干预,杜绝夸大宣传误导,培育理性、科学的健康消费理念。

八是扶持中小主体,推动行业合规转型。针对中小健康服务机构专业能力、合规能力薄弱的痛点,依托行业平台输出标准工具、合规范本、培训课程,降低中小企业转型成本,坚持规范与发展并重,激发行业市场活力。

大健康产业关乎民生福祉、消费升级、文化传承与服务业高质量发展。立足大众真实健康需求,坚守主动健康发展导向,以身心协同为核心抓手,筑牢合规经营底线,深耕文化创新特色,强化标准化、数字化支撑,可推动传统健康资源摆脱低水平同质化困境,转化为高品质、有温度、可持续的现代化健康服务,为健康中国建设提供兼具中国特色与时代价值的产业实践路径。